(b) Explain the planning and development of product in hospital services.

மருத்துவமனை சேவைகளில் தயாரிப்பின் திட்டமிடல் மற்றும் மேம்பாட்டை விளக்கவும்.

SECTION C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions.

16. Briefly explain the various classifications schemes for services.

சேவையின் பல்வேறு வகையான திட்டங்களை சுருக்கமாக விளக்கவும்.

17. Describe the factors that affect pricing decisions.

விலையினை தீர்மானிக்கும் பல்வேறு காரணிகளை விவரிக்கவும்.

18. Explain the different stages in the development of new service.

புதிய சேவையின் வளர்ச்சியின் பல்வேறு நிலைகளை விளக்கவும்.

19. Describe the service quality management process.

சேவை தர மேலாண்மை செயல்முறையை விவரிக்கவும்.

20. Discuss the different components of promotion mix in tourism marketing.

சுற்றுலா சந்தைபடுத்துதலில் ஊக்குவிப்பு கலவையின் வெவ்வேறு கூறுகளை பற்றி விவாதிக்கவும்.

———————

APRIL/MAY 2025

23USCP34/23USCM34 — SERVICES MARKETING

Time : Three hours Maximum : 75 marks

SECTION A — (10 × 2 = 20 marks)

Answer ALL questions.

1. What do you mean by service marketing?

சேவையை சந்தைபடுத்தல் என்றால் என்ன?

2. Define heterogeneity of service.

சேவையின் பன்முக தன்மையை வரையறுக்கவும்.

3. State two reasons for branding service.

பிரான்டின் சேவைக்கான இரண்டு காரணங்களை கூறு.

4. Write a note on service promotions.

சேவை விளம்பரம் பற்றி குறிப்பு எழுதவும்.

5. What is an augmented service?

அதிகரிக்கப்பட்ட சேவை என்றால் என்ன?

6. What is price bundling?

விலை தொகுப்பு என்றால் என்ன?

7. Define divergence in service.
சேவையின் வேறுபாட்டை வரையறுக்கவும்.

8. Explain perceived service quality.
உணரப்பட்ட சேவையின் தரத்தை விளக்குக.

9. What is hospital marketing?
மருத்துவமனை சந்தைப்படுத்துதல் என்றால் என்ன?

10. Name the users of banking service.
வங்கி சேவையைப் பயன்படுத்துபவர்களின் பெயரை குறிப்பிடவும்.

SECTION B — (5 × 5 = 25 marks)

Answer ALL questions.

11. (a) Differentiate between goods and services.
பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை வேறுபடுத்துக.

Or

(b) Explain the reasons for growth in service sector.
சேவை துறையின் வளர்ச்சிக்கான காரணங்களை விளக்குக.

12. (a) Bring out the importance of marketing mix in service marketing.
சேவை சந்தைபடுத்துதலில் சந்தைபடுத்தலின் கலவையின் முக்கியத்துவத்தை வெளிப்படுத்துக.

Or

(b) Explain service life cycle concept.
சேவையின் சுழற்சி முறையினை விளக்குக.

13. (a) Describe the factors that affect pricing decision.
விலை முடிவை பாதிக்கும் காரணிகளை விவரிக்கவும்.

Or

(b) How can the service firm develop personnel to deliver quality service?
தரமான சேவையை வழங்குவதற்கு சேவை நிறுவனம் எவ்வாறு பணியாளர்களை உருவாக்குகிறது?

14. (a) Explain the key steps in preparing a service blue print.
சேவை முக்கிய தரவு தயாரிப்பதற்கான முக்கிய படிகளை விளக்குக.

Or

(b) Explain the dimensions of service quality.
சேவை தரத்தின் பரிமாணங்களை விளக்கு.

15. (a) Explain the significance of segmentation in the banking service.
வங்கி சேவையில் பிரிவின் முக்கியத்துவத்தை விளக்கவும்.

Or